

Business Model Canvas **Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo**

1. Differenza tra Business Model Canvas e Business Plan

Buongiorno oggi parliamo di business plan e le differenze con il business model canvas perché vedo che c'è un po' di confusione: il business model canvas non rimpiazza il business plan questo è assolutamente falso e poi vi spiego perché ed in modo obiettivo.

Il business model canvas è uno strumento molto efficace per definire il proprio modello di business e quindi è una cosa in più che possiamo utilizzare; quindi è una linea guida molto ben fatta, molto dettagliata, molto efficace per definire il mio modo di fare business, è il mio modello di business!

Quindi da che clienti vado, che tipo di valore aggiunto propongo, come mi pongo e tutte queste informazioni

Quindi può essere utilizzato benissimo come supporto della gestione d'impresa o per l'avvio di una start up e non sostituisce assolutamente un business plan.

Spieghiamo perché

Punto uno: ad esempio il business plan serve a livello interno per definire tutti gli aspetti tra cui principalmente costi, ricavi e flussi di cassa: questo lo fa il business plan e non lo fa il business model canvas.

Un'azienda che funziona, un'azienda esistente o una startup deve prevalentemente avere le idee chiare il più possibile sui propri ricavi e flussi di cassa, costi ed investimenti: il business plan ci obbliga a farlo; il business model canvas non ci obbliga.

Altro punto: nella maggior parte dei casi di business plan, questi non sono quasi mai accompagnati da un business model canvas, che serve come dato organizzato per proporsi ad investitori, banche o partner o altri.

Io ad esempio lavoro da 15 anni con fondi di venture capital con investitori non ho mai visto nessuno che ci porta come base di discussione un business model canvas!

Assolutamente mai: ci portano un elevator pitch e poi si discute un business plan appena accennato.

Ma perché fare un business model canvas?

Primo: perché ci sono degli standard, quindi il business plan è un documento standard.

Secondo: perché il business plan tocca tutti gli aspetti che siamo obbligati a prendere in considerazione ed a ragionare su tutti gli aspetti, incluso in modo specifico anche i risvolti economico finanziari sulla nostra azienda o start up e quindi portare a descriverli come investitore.

Non confondiamo pertanto la preparazione del business plan con quella del business model canvas.

2. L' Elevator Pitch

Cosa è l'Elevator Pitch: l'ideazione, la costruzione, la preparazione di quella che chiamiamo volgarmente presentazione per investitori, perché è una tematica poco conosciuta e da dove si può dare veramente un grosso valore aggiunto.

La presentazione per investitori sarà una presentazione, ad esempio creata con Power Point o con un filmato, con cui si evidenzia l'idea, il progetto, la start up ed è svolta con precisazioni specifiche: non c'entra nulla con il business plan.

E' una presentazione breve che può essere fatto nell'arco di meno di dieci minuti e serve chiaramente sia per correlare, connettere, il business plan ad una presentazione per gli investitori, che sia sostanzialmente utile per essere efficaci quando si ha poco tempo e si vuole presentare il proprio progetto con una certa sicurezza ed autorevolezza (Sono io che presento a voi il mio progetto ma non mi farò rubare l'idea con troppi approfondimenti. Li volete?!? Allora diventate miei partner!).

Consigli per la preparazione dell'elevator pitch

punto 1 sostanzialmente fate una presentazione di breve durata, quindi minore di 10 slide perché poi spesso, in caso contrario, rischiate di non riuscire a spiegare tutti gli argomenti.

I punti da organizzare sono:

uno il mercato e l'idea del business: quindi ad esempio esco con un nuova cuffia per cellulari con caratteristiche innovative: io come la rappresento presento prima il progetto; quindi: cuffie innovativa per cellulari e poi dico subito sostanzialmente quali sono le chiavi di lettura più attraenti per un potenziale investitore.

Ad esempio, non so, il mercato delle cuffie per cellulari sta aumentando oppure non esiste una cuffia di un certo tipo per i cellulari quindi

punto 1: qual è il progetto

punto 2: perché sto presentando questo progetto, cioè dov'è l'interesse di questo progetto ... potrebbe essere: ... l'assenza di concorrenti in un segmento di mercato oppure una tecnologia innovativa oppure non c'è questo tipo di soluzione nel mercato. Questo è il punto 2

punto 3:

1 vado a parlare del prodotto o di un servizio e quindi vado a spiegare qual'è il mio servizio

2 quali sono sostanzialmente i vantaggi di questo servizio e perché la gente dovrebbe comprare il mio prodotto, il mio servizio e come sono posizionato cioè in quale segmento mi posiziono Cioè: alta gamma, media gamma, bassa gamma oppure è un nuovo segmento

punto 4: devo spiegare il modello di business.

Quindi come mi organizzo, come strutturo il mio business, ad esempio, indicare le caratteristiche peculiari della mia organizzazione cioè un'azienda che produce marketing, fa marketing, non fa produzione ma fa solo marketing cioè qual è il modello sostanzialmente di organizzazione della mia impresa

A questo punto devo spiegare e presentare il team proponente.

Chiaramente se ho un team proponente con un'esperienza e dei risultati importanti. lo sottolineo; se ho un team proponete più debole, quindi di ragazzi magari con poca esperienza, chiaramente vado a mettere quali sono i miei punti chiave senza enfatizzare un track record (il Curriculum della mia Impresa ed Aziendale) per un'esperienza che non ho.

Business Model Canvas **Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo**

Quindi ripeto l'elevator pitch è molto importante e se fate una presentazione fatela corta e gli argomenti che dovete trattare sono:

- ✓ la presentazione della vostra società,
- ✓ la presentazione del vostro progetto di impresa fatto in modo accattivante, quindi, perché l'inizio della presentazione è davvero molto importante

Dovete rendere accattivante e catturare l'attenzione, ricordatevi di presentarla enfatizzando:

- ✓ il perché, cioè dove è lo spazio di business,
- ✓ dove è l'idea,
- ✓ dov'è il valore aggiunto della vostra presentazione
.... appunto abbiamo fatto l'esempio in un mercato che cresce, oppure in un prodotto che manca o in un segmento di mercato che manca
- ✓ parlate del vostro prodotto enfatizzando le caratteristiche e poi il perché la gente dovrebbe comprare proprio il vostro prodotto e/o servizio
- ✓ spiegate il vostro modello di business, quindi l'organizzazione
- ✓ spiegate di come vi ponete sul mercato
- ✓ spiegate che modello di business avete ed il team proponente che vi consente di poterlo attuare.

In questo modo avrete un elevator pitch efficace, professionale e sostanzialmente che tocca tutti i punti fondamentali.

3. Il Business Model Canvas: cosa è ed a che serve

Cominciamo a spiegare come fare il Business Model Canvas.

Precedente ho voluto far capire che cos'è il business model canvas e quali sono le differenze rispetto ad altri strumenti come business plan, analisi strategica

La cosa che mi limito a dire è ricordare che è uno strumento supplementare che ci permette di vedere il nostro business in modo diverso e assolutamente efficace però non sostituisce gli altri strumenti.

Perché è efficace? Perché il business model canvas sostanzialmente ci permette di vedere molti aspetti della nostra azienda in modo chiaro e in modo pratico. Vediamo un attimino come sono strutturati i suoi 9 punti in cui è suddiviso, tutti legati tra loro:

Partner Chiave: cioè chi ci aiuta

Attività Chiave: cosa facciamo

Risorse Chiave: che risorse usiamo

Valore Offerto: cosa offriamo ai Clienti

Struttura dei Costi: cosa paghiamo sostanzialmente

Relazione con i Clienti: come interagiamo con i Clienti

Canali e Distribuzione: come forniamo prodotti servizi

Segmenti di Clientela: chi sono i nostri Clienti

Revenue: come guadagniamo

Allora cos'è e quali sono i consigli: cerco di essere pratico e veloce

Partner Chiave

Per quanto riguarda **key partner**, dobbiamo descrivere i principali fornitori e partner, ad esempio fornitori di materie prime plastiche, piuttosto che lavorazioni esterne meccaniche

Quindi cerchiamo di descriverli in modo da avere una categoria di fornitori e partner perché in questo modo almeno riusciamo a capire il nostro business di che categorie di fornitori e partners ha bisogno: se noi ad esempio scriviamo lavorazioni esterne meccaniche capiamo esattamente di cosa stiamo parlando; non dobbiamo scrivere nomi di aziende o cose più vaghe. Dobbiamo adesso descrivere semplicemente le tipologie dei gruppi classi, le famiglie di fornitori e le famiglie di partner che sono diciamo essenziali e principali nella nostra attività.

Attività Chiave

Nello stesso modo dobbiamo descrivere le **macro attività** importanti che vengono svolte per fornire i prodotti ed i servizi ai nostri clienti. Ad esempio una certo tipo di lavorazione oppure un certo tipo di servizio o una modifica, una customizzazione: ci sono aziende che modificano dei prodotti esistenti

Quindi quali sono le macro attività che vengono svolte per fornire prodotti.

Qual è la logica del business model canvas: ti obbliga a ragionare sul valore aggiunto principale; cioè che cosa diamo al cliente diciamo quali sono ad esempio, appunto, fornitori e partner principali per fornire le cose del cliente; quali sono le attività chiave per fornire le cose al cliente quindi ci impegniamo a completarlo, mettendo le attività a maggior valore aggiunto, tralasciando le attività secondarie come esempio non so: legale, amministrazione eccetera

Business Model Canvas **Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo**

Valore Offerto / Value Proposition cosa offriamo i clienti: descriviamo qui i prodotti e servizi che forniamo cioè questo è quello che dichiariamo di fare e che dobbiamo fare

Relazione con i Clienti / Customer Relationship

Come costruiamo e manteniamo relazioni con i clienti ad esempio come acquisiamo i clienti ad esempio mediante lead da web piuttosto che rete vendita chiaramente l'altro punto è che spesso le aziende hanno diverse tipologie di clienti o diverse tipologie di prodotti quindi per ogni tipologia di prodotti principale dobbiamo capire quali sono i clienti. Se noi ad esempio abbiamo come clienti dei laboratori medici e ospedali, strutture ospedaliere ..., allora abbiamo questi due grandi gruppi di clienti.

Allora ogni gruppo: laboratorio medico o struttura ospedaliera avrà diverse caratteristiche e quindi avranno diverse cose, diverse informazioni da scrivere a livello di business model canvas

Quindi ad esempio come costruiamo manteniamo relazioni con i laboratori di tipo medico magari privato e come costruiamo e manteniamo le relazioni con le istituzioni pubbliche, le istituzioni pubbliche sanitarie ad esempio.

Canali

Come forniamo i prodotti e servizi ai nostri clienti, quali sono i canali distributivi.

Anche qua possono essere ad esempio distributori, importatori, partner commerciali, agenti, rappresentanti, spedizionieri e chi più ne ha più ne metta e anche qua andiamo a coprire, diciamo in modo non super dettagliato, ma elencando le principali famiglie esempio distributori e rappresentanti oppure terzisti di logistica ad esempio.

Sostanzialmente qui si devono descrivere quali sono i canali principali per dare e per fornire servizi o prodotti ai nostri clienti

Flussi di Ricavi / Revenue Stream

Come guadagniamo da ognuno dei principali gruppi di clienti che abbiamo: cioè se ad esempio noi vendiamo automobili e in parte le nolegiamo quindi con un leasing o un rating a lungo termine e in parte le vendiamo a clienti privati, vuol dire che sappiamo come guadagniamo?

Noi guadagniamo da un revenues, un ricavo, quindi da un modo di guadagno legato a un noleggio, quindi un certo tipo di contratto oppure da un modo di guadagno totalmente diverso che è adeguato alla vendita dell'autovettura, che magari è finanziata ma comunque poi è la finanziaria che ci paga la vettura.

Quindi anche in questo caso occorre indicare come guadagniamo da ognuno dei nostri principali gruppi di clienti; pertanto occorre andare a capire quali sono i gruppi di clienti o prodotti principali e quindi quali sono i modelli di guadagno che abbiamo.

Struttura dei Costi

Quali sono le principali famiglie di costo che sosteniamo per svolgere la nostra attività di business, per fornire i nostri prodotti e servizi. Ricordiamoci sempre - va ribadito più volte - di legare tutte queste risposte, la struttura del business model canvas, alla fornitura di prodotti e servizi ai clienti, quindi al maggior valore che forniamo e sleghiamoci dai concetti di tutte le attività secondarie che appunto abbiamo elencato.

4. Il Business Model Canvas: Tutorial passo passo

ciao a tutti oggi parliamo di business model

vediamo gli argomenti

prima di tutto ci facciamo un'idea veloce di che cos'è un modello

questo ci servirà per capire come poi costruiremo un modello di business, poi entriamo

subito nel vivo e ci tuffiamo nel modello di business

quindi andiamo a vedere il canvas del business model e cioè lo schema che ci aiuterà a costruirlo ed infine ci facciamo un'idea di come si utilizza questo strumento

Occorre sempre avere esempi pratici di analisi di altri business model per capire come applicarlo al meglio

A mio parere, capire il business model è qualcosa di importante.

quando l'ho applicato per la prima volta sono rimasto veramente colpito dal valore che

questo strumento poteva offrirmi ma non sempre sono riuscito a far capire questo valore a tutti

credo che questo dipendesse dal fatto che non è immediato capirlo se prima non si ha un'idea di che cosa è un modello

partiamo da un esempio: il modello di comportamento

se io scegliessi di applicare come modello di comportamento l'urlare in faccia il cliente

otterrei come il risultato certo che i clienti mi starebbero decisamente lontani

se il mio modello fosse: cliente più io che urlo, quello che otterrai come il risultato è indubbiamente la fuga del cliente!

un modello dunque non è altro che un sistema per descrivere la realtà

se metto qualcosa nel mio modello posso iniziare ad immaginare subito cosa ne uscirà.

quindi il modello di business è un sistema per descrivere il nostro sistema per fare soldi.

sebbene questo disegno qui sia molto bello e rende l'idea, purtroppo il modello di business al quale ci rifaremo non lo ha fatto questa signorina qui, ma questo signore qua.

questo signore dal nome un pò complicato viene dalla Svizzera e siccome sappiamo che gli svizzeri sono tipi precisi, ha fatto questo disegno qua

non fa lo stesso effetto di prima ma credetemi, il nostro amico alex sapeva quello che stava facendo

vediamo se riesco a farlo capire: lui ha capito che business significa un'azienda che trasmette un valore al cliente, però in effetti ha capito che l'azienda è anche lei un modello e si può scomporre in parti più piccole che sono:

✓ le attività che l'azienda svolge

✓ e le risorse che quell'azienda dispone

questo ci porta già a metà del nostro viaggio e possiamo già iniziare a riempire il nostro disegno mettendo le cose al loro posto.

avremo quindi nel nostro disegno, che da ora in poi chiameremo canvas, le attività chiave che un'azienda svolge, le risorse chiave di cui l'azienda dispone e di due elementi più importanti del business model e cioè:

✓ il valore che l'azienda genera

✓ ed i segmenti di clientela ai quali faremo riferimento.

Attenzione, perché valore offerto e segmenti di clientela sono due punti fondamentali sui quali ritorneremo spesso, perché la forza di un business che funziona online o meno che sia, dipende da quanto siamo in grado di identificare il nostro target ed offrire a loro il giusto valore.

Però, osservando il nostro modello vediamo che mancano ancora degli elementi da inserire

Business Model Canvas **Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo**

infatti non abbiamo nessuna casella che ci permetta di portare il valore al nostro cliente. come è ovvio, quando vogliamo comunicare con il cliente, sfruttiamo dei canali di comunicazione primo fra tutti il più importante è la relazione la relazione è un canale fondamentale perché in questo caso è un canale a doppio senso: permette sia di dare il valore al cliente ma anche di ricevere informazioni utili dal cliente che ci permetteranno di migliorare il valore offerto.

✓ quindi la relazione e la definiremmo come un canale a doppio senso.

Però come abbiamo detto ci sono anche i canali a senso unico come il trasportatore ad esempio o la pubblicità sui cartelloni che comunicherà la nostra immagine: tutti i canali che trasportano valore al nostro cliente ma senza restituire a noi alcune informazioni.

Direi che iniziamo ad avere un'idea più chiara di come sia il nostro canvas, ma servono ancora alcuni elementi importanti.

Completiamo la nostra parte superiore del canvas, mettendo anche il mondo esterno e quindi i nostri partner

✓ Un partner
è chiaramente una risorsa esterna alla quale faremo riferimento per creare il nostro valore: può essere un blog che parlerà di noi, come un grafico che realizzerà il logo, come anche un fornitore o un servizio di corriere, una qualsiasi azienda esterna della quale ci dobbiamo servire per arrivare a creare il nostro valore

Osservando il canvas del business model possiamo notare che in sostanza è suddiviso in due parti: sul lato destro abbiamo tutte le attività che generano reddito, mentre sul lato sinistro abbiamo tutto quello che genera costi.
quindi riporteremo queste due voci in fondo nel nostro schema.

l'unico elemento che rimane diviso tra i costi ed i ricavi in effetti è il valore offerto perché è sia un elemento di costo che di ricavo

sul valore offerto si dovrebbero spendere molte parole perché è quella che si dice in gergo web la "unique selling proposition" che tradotto sarebbe la proposta unica di vendita, cioè quell'elemento che caratterizza fortemente il business

gli esempi classici sono "il Dash è il bianco che più bianco non si può" oppure ad esempio "red bull ti mette le ali"

sono tutti i modi scelti dalle aziende per trasmettere il loro valore unico in poche parole

Sul valore occorre sempre ritornare, in quanto è la centralità del BMC: per ora completiamo il nostro business model

Siamo arrivati a completare il nostro canvas e lo abbiamo farcito di nove elementi che compongono un business.

1. i clienti,
2. il valore proposto,
3. le attività chiave,
4. le risorse chiave,
5. i partner,
6. la relazione,
7. i canali,

Business Model Canvas **Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo**

8. i costi, ed

9. i ricavi.

questo ci dà una prospettiva completa di un sistema di business

Vi ricordo che il canvas può essere applicato a qualsiasi tipo di business: che stiate progettando di vendere affiliazioni, banner pubblicitari o prodotti fisici, questi sono i componenti che il vostro business avrà sempre e senza ombra di dubbio li dovrà giustificare.

Riepilogando avremo:

i partner che assieme alle attività chiave ed alle risorse chiave, contribuiranno a generare il valore offerto al cliente e anche saranno soggette alla generazione di costi

Quando il valore offerto sarà creato, verrà trasmesso al cliente tramite i canali e tramite la relazione che, ricordiamolo, contribuirà allo stesso tempo ad aumentare il valore del nostro prodotto e grazie a queste attività verranno generati ricavi

Ora diventa chiaro come sono messe in relazione le singole parti del modello di business secondo **Alexander Osterwalder** e devo dire che sono completamente in accordo con il suo metodo di analisi che a mio parere si sposa perfettamente con le differenti tipologie di business online.

Il business model inoltre può essere utilizzato per studiare singole parti di attività, prodotti oppure un'intera strategia aziendale.

Funziona come una fotografia del business nel futuro e quindi possono essere prodotti più modelli di crescita che descriveranno passo passo il percorso che il business dovrà seguire nel tempo.

Per scaricare il business model canvas, farcito con indicazioni che aiutano a compilarlo, per chi fosse interessato ad approfondire l'argomento in lingua inglese troverete la versione originale dalla quale è stata tratta la versione italiana su www.businessmodelgeneration.com/canvas dove, per chi fosse interessato a lavorare in team, troverete anche l'applicazione per ipad ed una versione per la collaborazione online nella generazione del business model, con dei costi.

Business Model Canvas
Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo

Compiliamo il nostro primo Business Model Canvas
Le domande a cui dobbiamo rispondere

Partner chiave cioè chi ci aiuta. Qui si devono descrivere i principali Fornitori e Partners.

- ✓ Chi sono i nostri Partner chiave?
- ✓ Chi sono i nostri fornitori chiave?
- ✓ Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner?
- ✓ Quali Attività chiave svolgono i partner?

Motivazione per la partnership

- Ottimizzazione e risparmio
- Riduzione del rischio e dell'incertezza
- Acquisizione di particolari risorse e attività

Attività chiave cosa facciamo. Quali sono le macro-attività più importanti che vengono svolte per fornire i prodotti/servizi ai nostri Clienti?

- ✓ Quali sono le attività necessarie per il nostro valore
- ✓ Quali sono le attività necessarie i nostri canali di distribuzione?
- ✓ Quali sono le attività necessarie per le relazioni con i clienti?
- ✓ Quali sono le attività necessarie per i ricavi?

Le categorie di Attività

- Produzione
- Soluzione di problemi
- Piattaforma / Rete

Risorse chiave che risorse usiamo. Quali sono le risorse principali che permettono alla nostra Azienda/Impresa di fornire i Prodotti/Servizi ai nostri Clienti?

- ✓ Quali sono le risorse necessarie per il nostro valore offerto?
- ✓ Quali sono le risorse necessarie per i nostri canali di distribuzione?
- ✓ Quali sono le risorse necessarie per le relazioni con i clienti?
- ✓ Quali sono le risorse necessarie per i ricavi?

Le tipologie di Risorse

- Fisiche
- Intellettuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, dati)
- Umane
- Finanziarie

Valore Offerto Cosa offriamo ai Clienti? Descriviamo i Prodotti ed i Servizi che Offriamo?

- ✓ Che tipo di valore forniamo ai clienti?
- ✓ Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere?
- ✓ Quale pacchetto di prodotti e servizi stiamo offrendo ai clienti?
- ✓ Quali bisogni dei clienti stiamo soddisfacendo?

Caratteristiche

- Novità
- Prestazioni
- Personalizzazione
- "Risolvere"

Business Model Canvas **Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo**

- Design
- Marca / Status Symbol
- Prezzo
- Riduzione dei costi
- Riduzione dei rischi
- Accessibilità
- Comodità / Usabilità

Struttura dei costi cosa paghiamo sostanzialmente. Quali sono le principali famiglie di costo che sosteniamo per svolgere la nostra attività di Business, per fornire i nostri Prodotti e Servizi?

- ✓ Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model?
- ✓ Quali delle Risorse chiave sono le più costose?
- ✓ Quali delle Attività chiave sono le più costose?

La tua attività è più:

- Orientata al costo
 - struttura dei costi snella,
 - valore offerto a basso costo,
 - massima automazione,
 - outsourcing spinto
- Orientata al valore
 - focalizzata sulla creazione del valore,
 - valore offerto premium

Esempi di caratteristiche:

- ✓ Costi fissi
 - Salari,
 - Affitti,
 - Utilities
- ✓ Costi variabili
- ✓ Economie di scala
- ✓ Economie di gamma

Relazione con i clienti come interagiamo con i clienti. Come costruiamo e manteniamo le Relazioni con i Clienti.

- ✓ Che tipo di relazione vogliamo stabilire e mantenere, con ognuno dei nostri segmenti cliente?
- ✓ Quali relazioni abbiamo stabilito?
- ✓ Come sono integrati con il resto del nostro Business Model?
- ✓ Quanto costano?

Esempi

- ✓ Assistenza personale
- ✓ Assistenza personale dedicata
- ✓ Self-service
- ✓ Sistemi automatici
- ✓ Comunità
- ✓ Creazione in comune

Business Model Canvas **Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo**

Canali e distribuzione come forniamo prodotti servizi. Come, in che modalità, con che garanzie di tempistica, con che sicurezza di integrità di prodotto/servizio, forniamo i Prodotti ed i Servizi ai Clienti?

- ✓ Attraverso quali Canali vogliono essere raggiunti i nostri clienti?
- ✓ In che modo li stiamo raggiungendo?
- ✓ Come sono integrati i nostri canali?
- ✓ Quali funzionano meglio?
- ✓ Quali sono i più efficienti a livello di costi?
- ✓ Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

Le fasi dei canali

1. Consapevolezza
Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?
2. Valutazione
Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?
3. Acquisto
Come possono i clienti, acquistare specifici prodotti e servizi della nostra azienda?
4. Consegna
In che modo consegniamo il valore offerto ai clienti?
5. Post vendita
Come forniamo assistenza post vendita?

Segmenti di clientela chi sono i nostri clienti. Quali Gruppi o Tipologie di Clienti serviamo

- ✓ Per chi stiamo creando valore?
- ✓ Chi sono i nostri clienti più importanti?

Diamo una breve descrizione di ognuno di essi.

Esempi di Mercato

- Mercato di massa
- Mercato di nicchia
- Mercato segmentato
- Piattaforme multi-sided

Revenue/Flussi di Ricavi come guadagniamo. Come guadagniamo da ognuno dei principali Gruppi di Clienti che abbiamo?

- ✓ Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare?
- ✓ Per che cosa pagano?
- ✓ In che modo stanno pagando?
- ✓ Come preferirebbero pagare?
- ✓ Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi?

Tipi di Flussi e Ricavi

- ✓ Tipi
 - Vendita di beni
 - Costo per l'uso
 - Abbonamento
 - Noleggio / Affitto / Leasing
 - Intermediazione
 - Pubblicità
- ✓ Prezzo Fisso
 - Prezzo di listino

Business Model Canvas

Cosa Occorre Sapere per Realizzarlo Correttamente e Presentarlo

- Dipendente dalle caratteristiche del prodotto
- Dipendente dal segmento cliente
- Dipendente dal volume
- ✓ Prezzo Dinamico
 - Negoziazione (contrattazione)
 - Tariffazione in tempo reale
 - Mercato in tempo reale